

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE  
EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI  
2010**

**Estudiante**  
**CAMILO ERNESTO TRUJILLO VEGA**

**Tutor**  
**HELDER BARAHONA**

**Modalidad**  
**PRACTICA EMPRESARIAL**

**Título**  
**CONVENIO FUNDACION CARVAJAL Y UNIVERSIDAD  
AUTONOMA DE OCCIDENTE, PROYECTO CAN-  
CODESPA: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE  
CUATRO MICROEMPRESAS EN EL CORREGIMIENTO  
DE MONTEBELLO DE LA CIUDAD DE CALI – VALLE**



# PROBLEMA DE INVESTIGACION

¿Cuáles son los problemas más comunes que tienen los microempresarios en las áreas contables, administrativas, de mercadeo, legales y lo referente al entorno del corregimiento de Montebello?

# ASPECTOS METODOLÓGICOS

- **TIPO DE INVESTIGACION:** Descriptiva, exploratoria y explicativa.
- **METODO DE INVESTIGACION:** Método deductivo.
- **TÉCNICAS DE INVESTIGACION:** Entrevistas, encuestas, trabajo de campo y registro documental.
- Fuentes de información primarias y secundarias.



# OBJETIVO GENERAL

Implementar el modelo de asesoría empresarial diseñado por la Fundación Carvajal, para contribuir al desarrollo de las cuatro microempresas asignadas del corregimiento de Montebello, mejorando todas sus áreas funcionales (Administrativa, costos, mercadeo, contable legal y financiera) durante el periodo comprendido entre Febrero – Junio de 2010.

# OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Elaborar el diagnóstico general inicial de las cuatro microempresas asignadas, para conocer su situación actual.
- Diseñar diferentes estrategias contables, administrativas, de mercadeo para mejorar las ventas de las cuatro microempresarios del corregimiento Montebello.



# OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Acompañar a los cuatro microempresario en su proceso de formación empresarial reforzando cada uno de los conceptos aprendidos mediante la práctica en su microempresa.
- Elaboración de planes de acción a las cuatro microempresas del corregimiento de Montebello.

# DESARROLLO DEL SEGUIMIENTO

## ETAPAS:

- Diagnostico inicial
- Área de costos
- Área contable y financiera
- Área de mercadeo
- Área administrativa, legal y de procesos
- Plan de acción y propuesta de mejoramiento





# 1. Diagnóstico inicial

## Miscelánea Lucero

- Propietaria: Luz del Socorro Motato.
- Actividad económica: Venta de confitería, ropa, lociones y accesorios para dama y caballero – Sector Comercio.
- 6 años de antigüedad, II Etapa de Campoalegre, comuna 18.

## Miscelánea Jairo

- Propietario: Jairo Cacimance Pupuales.
- Actividad económica: Venta al por menor de productos de confitería – Sector Comercio.
- 2 años de antigüedad, II Etapa de Campoalegre, comuna 18.

## Distribuidora Hora Cero

- Propietaria: Mónica Satizabal.
- Actividad económica: Venta de cárnicos distribución de productos desechables y venta de minutos – Sector Comercio.
- 5 años de antigüedad, II Etapa de Campoalegre, comuna 18.

## 2. Área de costos

- 2.1 Miscelánea de Lucero

Ventas mensuales:	\$ 3.250.000
Gastos administrativos:	\$ 547.347
Sueldo microempresario:	\$ 531.300
Margen de contribución:	<i>C/cio. 39,8% - Tienda. 18,62%</i>
Costos variables:	<i>C/cio. 60,2% - Tienda. 81,38%</i>
Punto de equilibrio:	\$ 2.673.561
Utilidad promedio:	5% - \$ 154.547



## 2. Área de costos

- **2.2 Miscelánea Jairo**

Ventas mensuales:	\$2.871.429
Gastos administrativos:	\$97.983
Sueldo microempresario:	\$ 784.000
Margen de contribución:	<i>C/cio. 31% - Tienda. 20,20%</i>
Costos variables:	<i>C/cio. 69% - Tienda. 79,80%</i>
Punto de equilibrio:	\$463.821
Utilidad promedio:	18% - \$508.613

## 2. Área de costos

- **2.3 Distribuidora Hora Cero**

Ventas mensuales:	\$ 3.587.143
Gastos administrativos:	\$ 766.272
Sueldo microempresario:	\$ 460.000
Margen de contribución:	$C/cio\ 1 = 27,8\%$ - $C/cio\ 2 = 26,5\%$
Costos variables:	$C/cio\ 1 = 72,2\%$ - $C/cio\ 2 = 73,5\%$
Punto de equilibrio:	\$ 2.762.791
Utilidad promedio:	6% - \$ 228.638



# 3. Área contable y financiera

## 3.1 Miscelánea Lucero

	15-abr-10	18-may-10	
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
EFFECTIVO	\$ 110.100	\$ 350.000	217,9%
CUENTAS x COBRAR CLIENTES	\$ 277.250	\$ 157.900	-43,0%
INVENTARIOS	\$ 3.283.535	\$ 2.832.133	-13,7%
OTROS	\$ 0	\$ 0	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 3.670.885	\$ 3.340.033	-9,0%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 0	\$ 0	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.684.000	\$ 2.684.000	0,0%
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 750.000	\$ 750.000	0,0%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 3.434.000	\$ 3.434.000	0,0%
OTROS ACTIVOS	\$ 0	\$ 0	
TOTAL ACTIVOS	\$ 7.104.885	\$ 6.774.033	-4,7%
PASIVOS			
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 543.666	\$ 0	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 543.666	\$ 0	
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 0	\$ 0	
TOTAL PASIVOS	\$ 543.666	\$ 0	
CAPITAL	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	0,0%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 3.061.219	\$ 3.061.219	0,0%
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 0	\$ 212.814	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 6.561.219	\$ 6.774.033	3,2%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 7.104.885	\$ 6.774.033	-4,7%



# 3. Área contable y financiera

## 3.2 Miscelánea Jairo

	16-abr-10	19-may-10	
<b>ACTIVOS</b>	<b>BALANCE INICIAL</b>	<b>BALANCE FINAL</b>	<b>CAMBIOS</b>
EFFECTIVO	\$ 147.800	\$ 241.000	63,1%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 360.000	\$ 538.000	49,4%
INVENTARIOS	\$ 1.760.461	\$ 1.617.017	-8,1%
OTROS	\$ 0	\$ 236.900	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 2.268.261	\$ 2.632.917	16,1%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 358.000	\$ 358.000	0,0%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 358.000	\$ 358.000	0,0%
OTROS ACTIVOS	\$ 0	\$ 0	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 2.626.261</b>	<b>\$ 2.990.917</b>	<b>13,9%</b>
<b>PASIVOS</b>			
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 585.000	\$ 468.000	-20,0%
OTRAS OBLIGACIONES	\$ 600.000	\$ 400.000	-33,3%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 1.185.000	\$ 868.000	-26,8%
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 0	\$ 0	
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 1.185.000</b>	<b>\$ 868.000</b>	<b>-26,8%</b>
CAPITAL	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	0,0%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 441.261	\$ 441.261	0,0%
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 0	\$ 681.656	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 1.441.261	\$ 2.122.917	47,3%
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>\$ 2.626.261</b>	<b>\$ 2.990.917</b>	<b>13,9%</b>





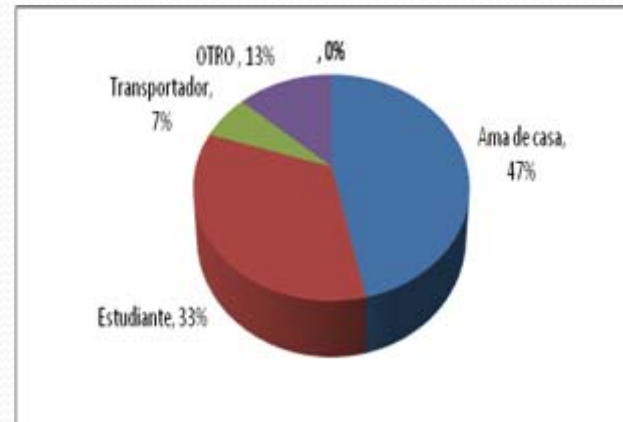
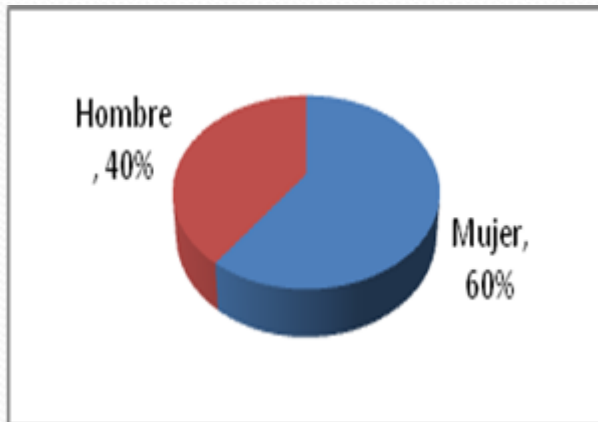
# 3. Área contable y financiera

## 3.3 Distribuidora Hora Cero

	16-abr-10	16-may-10	
<b>ACTIVOS</b>	<b>BALANCE INICIAL</b>	<b>BALANCE FINAL</b>	<b>CAMBIOS</b>
EFFECTIVO	\$ 634.650	\$ 2.272.000	258,0%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 100.000	\$ 84.500	-15,5%
INVENTARIOS	\$ 635.182	\$ 793.839	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 1.369.832	\$ 3.150.339	130,0%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.594.000	\$ 2.594.000	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 530.000	\$ 530.000	
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 3.124.000	\$ 3.124.000	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 4.493.832</b>	<b>\$ 6.274.339</b>	<b>39,6%</b>
<b>PASIVOS</b>			
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 384.000	\$ 128.000	-66,7%
PROVEEDORES	\$ 100.000	\$ 55.000	-45,0%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 484.000	\$ 183.000	-62,2%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 484.000</b>	<b>\$ 183.000</b>	<b>-62,2%</b>
CAPITAL	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 1.209.832	\$ 1.209.832	
UTILIDAD DEL PERIODO		\$ 2.081.507	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 4.009.832	\$ 6.091.339	51,9%
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>\$ 4.493.832</b>	<b>\$ 6.274.339</b>	<b>39,6%</b>

## 4. Área de mercadeo

- 4.1 Miscelánea Lucero



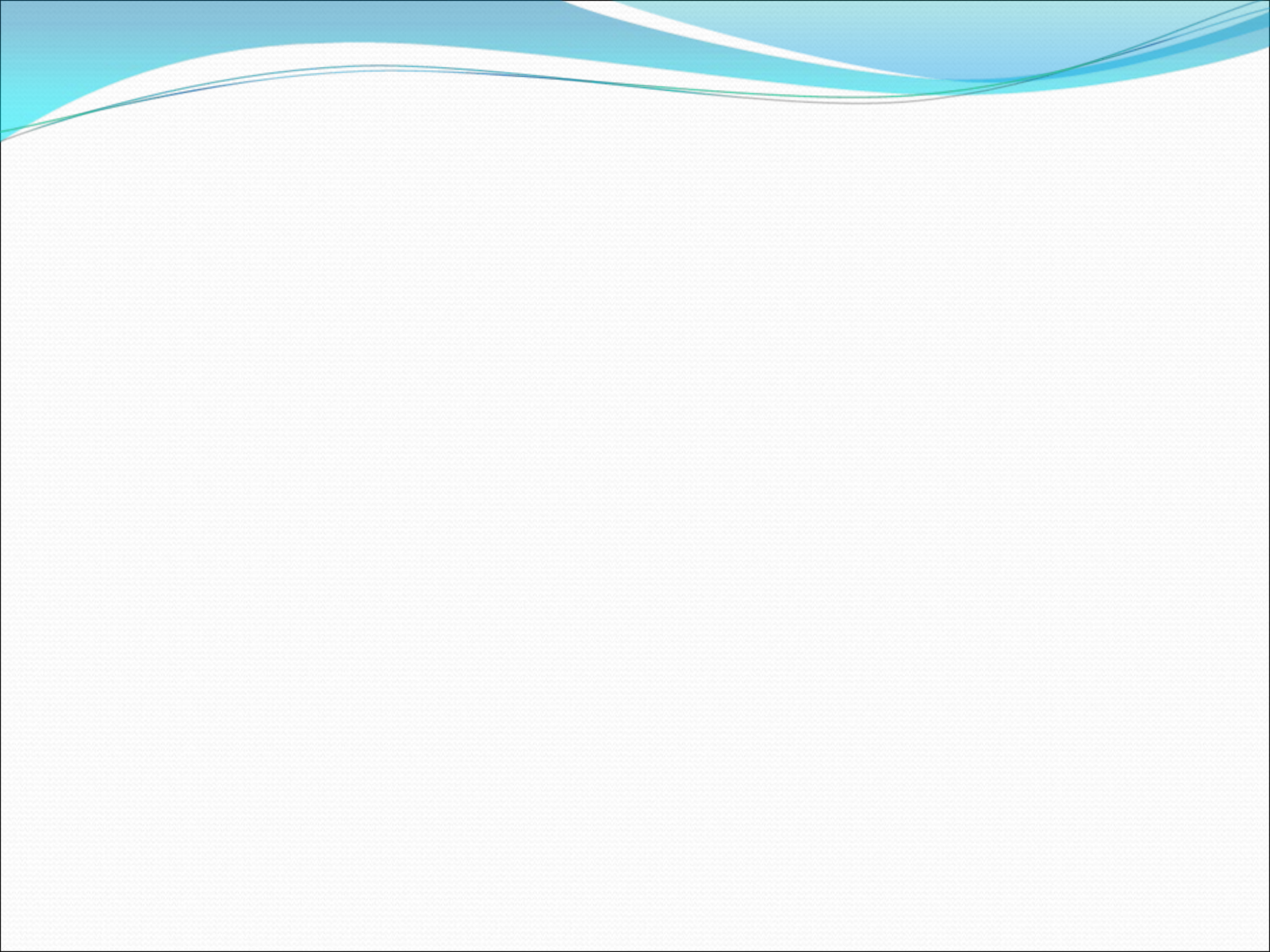


## **5. Área legal, laboral y tributaria**

**Camara y comercio**

**No**

**Camara y comercio y manipulación de alimentos**





# PLAN DE ACCION Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

# CONCLUSIONES

- En el diagnostico inicial realizado durante el seguimiento fue un camino para entrar a indagar las características de los microempresarios, sus expectativas de crecimiento, además de darles a conocer las pautas que se seguirían en dicho proceso, además esto permitió que cada uno de los participantes se familiarizaran con el asesor, creando lazos de confianza a largo plazo.
- Una vez conocidas cada una de las áreas funcionales de los negocios, se procedió a enseñarle al microempresario el manejo de los costos, explicando los conceptos de margen de contribución y costos en general, con el fin de que una vez determinado el punto de equilibrio se estuviera en la capacidad de tomar decisiones y fijarse planes de metas.
- En aspectos contables los microempresarios asimilaron los conceptos explicados, además se les enseñó a llevar un sistema simple de cuentas con el fin de tener información oportuna y apta para la toma de decisiones.
- Los microempresarios contaban con diferentes capacitaciones que recibieron durante cursos tomados en convenio con algunas entidades y la Fundación Carvajal.



# CONCLUSIONES

- Para cada uno de los microempresarios se desarrollo una matriz DOFA, que permitió diseñar estrategias y planes de acción y mejoramiento encaminados a consolidar de una mejor manera el negocio, ampliando las expectativas de crecimiento y desarrollo en la comuna.
- La relación creada con cada uno de los participantes del proyecto permitió conocer la realidad social en el que estos se encuentran, y que a pesar de los diferentes obstáculos, son personas con un sentido de emprendimiento y con ganas de sacar adelante a su familia.
- Un aspecto importante por mencionar, hace referencia a la microempresaria que se retiro del seguimiento, en tanto que en muchas ocasiones se sugirió optar por un proyecto que una vez se de inicio al mismo, no se abandone a mitad de camino, puesto que eso indica falta de constancia y pocas ganas de salir adelante, además de que se pierde tiempo valioso, ya sea del microempresario, el estudiante como asesor y los involucrados tanto directa como indirectamente en el proceso de fortalecimiento.

# RECOMENDACIONES

- Colocar en práctica cada uno de los conceptos y recomendaciones hechas para las áreas funcionales de los negocios, ya que en la medida que cumplan las recomendaciones sugeridas se lograra darle un mejor manejo a los recursos.
- Dar cumplimiento tanto a la misión, visión y objetivos planteados para cada microempresa aprovechando las oportunidades que ofrece el entorno.
- Hacer un mejor manejo del efectivo, procurando reinvertir en el negocio y realizando ahorros programados cuando sea posible. Además de procurar ir legalizando el negocio en la medida que los ingresos y ventas lo permitan.



# RECOMENDACIONES

- Una vez terminado el proceso de asesoría, se recomienda no quedarse estancados, sino continuar con procesos de capacitación como lo han hecho hasta ahora y buscar mecanismos o fuentes de ingresos adicionales que promuevan el crecimiento de las unidades de negocio.
- Se recomienda que una vez iniciado el proceso de seguimiento, los microempresarios sean constantes y continúen con la asesoría prestada por las diferentes entidades dedicadas a ofrecer recursos y/o capacitación a los nuevos empresarios, ya que pueden retirarse a mitad de la asesoría.



*Fundación Carvajal*  
Abriéndole caminos a la equidad



**CAMILO ERNESTO TRUJILLO VEGA**



# Miscelánea Jairo Cacimance Pupiales



**Propietaria:**

**Jairo pupiales**

**Sector : Comercio**

**Antigüedad del negocio : 1 Año  
De funcionamiento**

**Corregimiento de campo alegre  
segunda entrada**



# Área Administrativa



## PROBLEMAS DETECTADOS

- MISIÒN Y VISIÒN
- ORGANIGRAMA

## ACCIONES REALIZADAS

- ORGANIGRAMA
- MISIÓN Y VISIÓN



# Misión y Visión



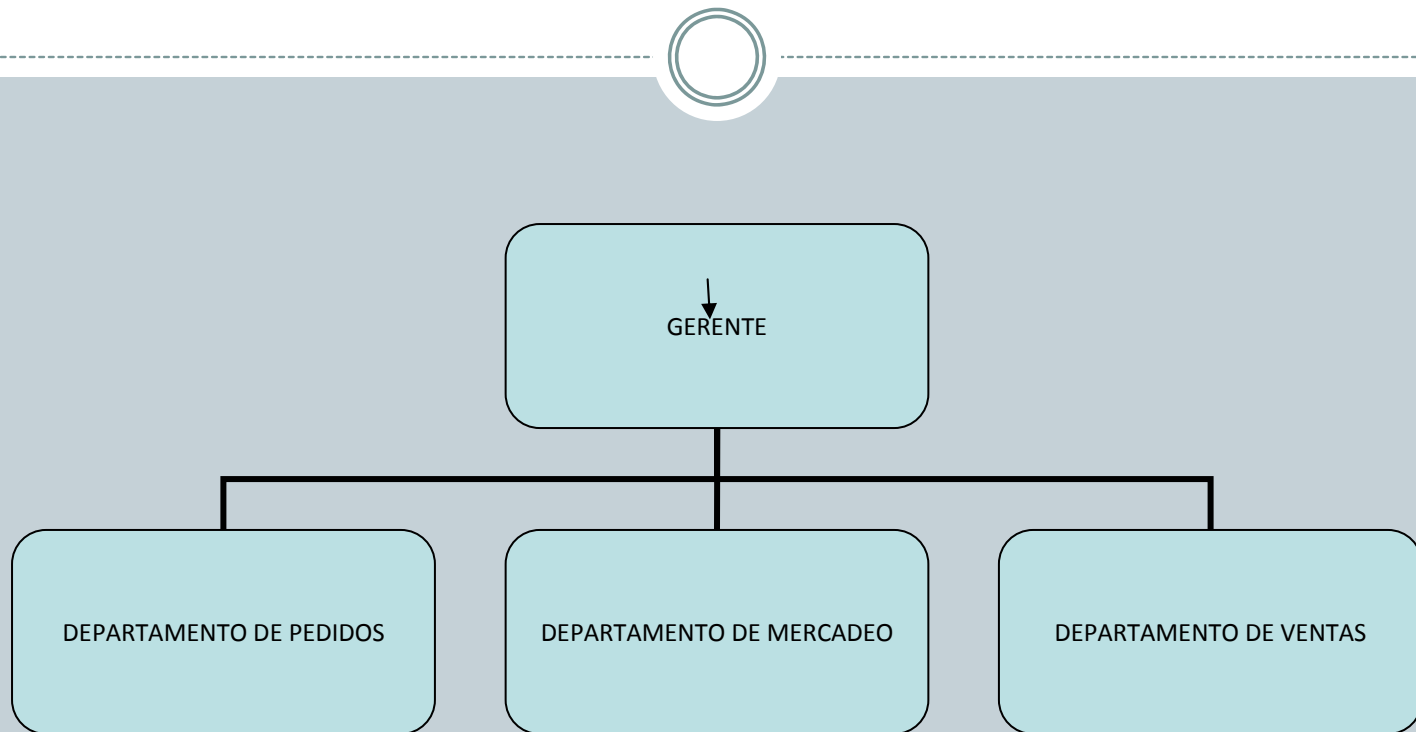
## Misión

- Ser la miscelánea que preste en Campo alegre el servicio técnico de celulares y fotocopiado para el sector dando les un buen servicio al cliente y excelentes precios.

## Visión

- ser una miscelánea para el 2012 que preste todo tipo de servicio y productos para el corregimiento de Montebello. Que tal prestar el servicio de pago de servicios públicos.

# ORGANIGRAMA





# COSTOS



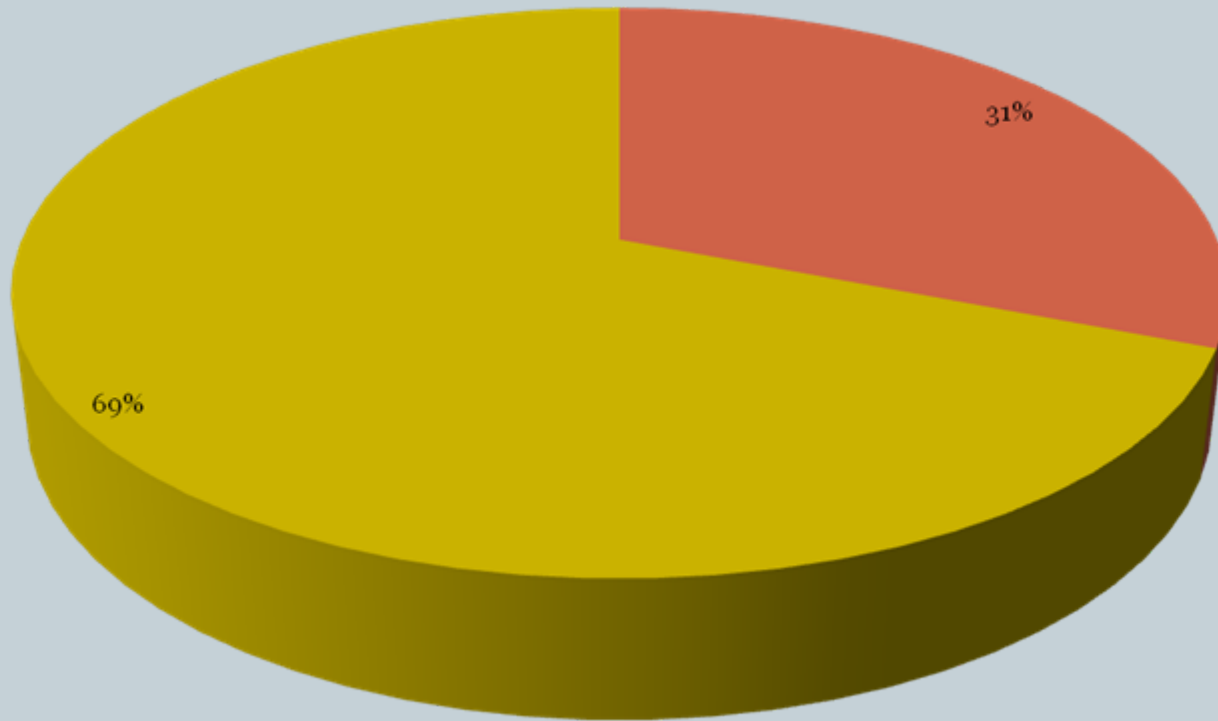
## DIAGNOSTICO

- El empresario desconoce el margen de contribución de los productos como de tienda y de miscelánea las compras son realizadas por experiencia y el proveedor
- Análisis de costos

# Margen de contribución comercio



■ margen de contribucion ■ costo variable

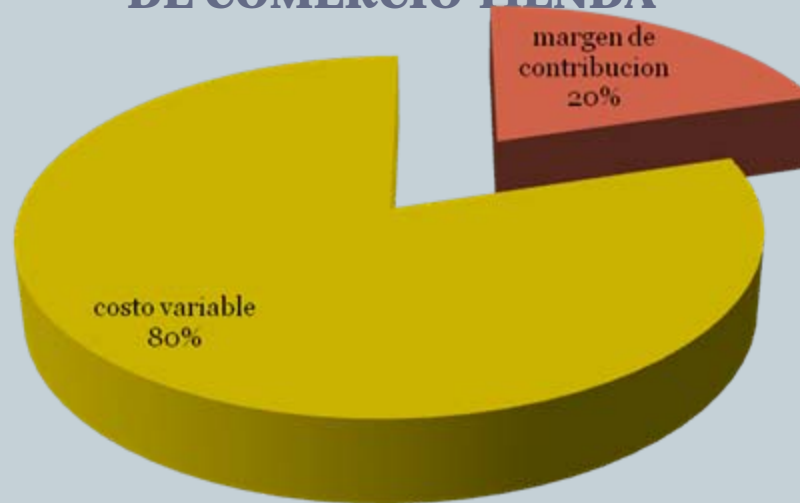




# Margen de contribución tienda



## MARGEN DE COMERCIO TIENDA



# Punto de equilibrio



## PUNTO DE EQUILIBRIO CON ABONO A DEUDA MENSUAL

ABONO A CAPITAL DE DEUDAS DEL  
MES

\$ 100.000

PUNTO DE EQUILIBRIO CON DEUDA

\$ 937.188

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	\$ 2.357.143
COSTOS VARIABLES ( - )	79%	\$ 1.859.191
MARGEN DE CONTRIBUCION ( = )	21%	\$ 497.952
COSTOS FIJOS Y GASTOS ( - )	4%	\$ 97.983
UTILIDAD	17%	\$ 399.969
ABONO A CAPITAL DEUDAS	25%	\$ 100.000
SALDO PARA REINVERTIR	75%	\$ 299.969



# ANÁLISIS DEL ÁREA CONTABLE



## PROBLEMAS DETECTADOS

- Aún en el negocio no se ha realizado balance general, ni estado de ganancias o pérdidas.
- Las niñas del señor Jairo ayudan en el manejo del dinero.

## ACCIONES REALIZADAS

### Estados Financieros

- Se le dice al señor Jairo tener cuidado con el manejo del dinero debido a que la mayoría del tiempo están las niñas y siempre esta expuesto

# Plan de acción



- Incrementar la venta de productos de miscelánea.
- Hacer un análisis de los productos para la toma de decisiones.
- Buscar otras opciones de productos o servicios.
- Mejorar la exhibición de los productos y la organización del negocio

# Balance General



ACTIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
CAJA	\$ 147.800	\$ 241.000	63,1%
BANCOS			
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 360.000	\$ 538.000	49,4%
INVENTARIOS	\$ 1.760.461	\$ 1.617.017	-8,1%
OTROS		\$ 236.900	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 2.268.261	\$ 2.632.917	16,1%
MAQUINARIA Y EQUIPO			
MUEBLES Y ENSERES	\$ 358.000	\$ 358.000	
EQUIPO DE COMPUTO			
VEHICULOS			
CONSTRUCCIONES			
TERRENOS			
DEPRECIACIONES			
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 358.000	\$ 358.000	
OTROS ACTIVOS			
TOTAL ACTIVOS	\$ 2.626.261	\$ 2.990.917	13,9%
PASIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 585.000	\$ 468.000	-20,0%
PROVEEDORES			
ANTICIPOS RECIBIDOS			
OTRAS OBLIGACIONES	\$ 600.000	\$ 400.000	-33,3%
PRESTACIONES SOCIALES			
OTRAS DEUDAS			
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 1.185.000	\$ 868.000	-26,8%
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO			
TOTAL PASIVOS	\$ 1.185.000	\$ 868.000	-26,8%
CAPITAL	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 441.261	\$ 441.261	
UTILIDAD DEL PERIODO		\$ 681.656	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 1.441.261	\$ 2.122.917	47,3%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 2.626.261	\$ 2.990.917	13,9%



# Análisis financiero



Razón de endeudamiento	29,0%	El grado de endeudamiento que tiene el negocio es de 29.0
Razón de autonomía	71,0%	Es el grado de propiedad que corresponde al dueño del negocio es 71.0
Rentabilidad sobre ventas	17%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a las ventas que se realizaron. Me muestra lo que queda después de haber descontado todo lo que asume en el proceso de comercializar el producto expresado en porcentaje.
Rentabilidad sobre Activos	15%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión en activos que posee el negocio. Me muestra que tanto rendimiento tienen los recursos que posee la empresa. Entre más alta mejor.
Rentabilidad sobre patrimonio	28%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión que se tiene por parte del empresario. Me muestra que tan rentable es tener invertido el dinero del empresario en el negocio. Entre más alto mejor.
Liquidez corriente	3.0	La liquidez corriente que posee a empresaria es de 3.0 nos indica que tiene dinero para cubrir sus pasivos a corto plazo, pero se tiene en cuenta los inventarios.
Rotación de cuentas por cobrar	46	El tiempo que se tarda la rotación de cuentas por cobrar
Rotación de mercancías	36	El tiempo que se tarda en rotar la mercancía es de 36

# PRECIO



**LOS PRECIOS SON FIJADOS POR SUGERENCIA DEL PROVEEDOR Y AL EVALUAR LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA; SIN EMBARGO, LA CALIDAD ES EL FACTOR CLAVE DE COMPRA DE LOS CLIENTES.**

# PROMOCIÓN



- Colocar los productos de belleza como lápices para cejas y esmaltes unirlos en combos e ir saliendo poco a poco de esta mercancía que se demora mucho su rotación.



# PLAN DE MEJORAMIENTO



- Hacer promociones en los productos de cacharro tales como: lociones, ropa y productos de belleza
- Se deben buscar diferenciadores, en la parte de promoción y publicidad (volantes y rifas)
- Realizar investigación de mercados, para estudiar las tendencias del mercado.
- Traer nuevos productos

# Avances del plan de mejoramiento

**Antes**



**Después**



# Avances del plan de mejoramiento





# Tareas a seguir



## TAREAS A SEGUIR

### AREA DE COSTOS:

- Controlar los gastos personales.
- Vender entre el rango de precios establecido.
- Tener productos de mejor margen

### AREA DE MERCADEO

- Organizar el local.
- Mandar a hacer los avisos en un mejor material para cada local.
- Seguir realizando promociones para atraer clientes, sobre todo en las épocas donde las ventas son bajas.

### AREA FINANCIERA

- Continuar el sistema contable y la realización de los inventarios cada mes.
- Controlar mejor su salario para poder invertir dentro de la empresa y así aumentar el surtido.
- Abrir una cuenta bancaria para guardar una parte de la utilidad, con el objetivo de invertir en un local en un punto más comercial.

### AREA ADMINISTRATIVA:

- Seguir el cronograma de funciones planteado
- Mantener en mente la misión y visión.

### AREA LEGAL

registrarse en la cámara de comercio y en industria y comercio.

## AREA ADMINISTRATIVA

### MISIÓN Y VISIÓN

- Ser la miscelánea que preste en Campo alegre el servicio técnico de celulares y fotocopiado para el sector dando les un buen servicio al cliente y excelentes precios.
- Visión ser una miscelánea para el 2012 que preste todo tipo de servicio y productos para el corregimiento de Montebello. Que tal prestar el servicio de pago de servicios públicos.

### OBJETIVOS

- Corto plazo: pago de deudas a personas naturales que tenga un interés alto.
- Mediano plazo: acceder al subsidio que le ofrece el estado.
- Ofrecer el servicio técnico de celulares y fotocopiado

### ANALISIS DEL ENTORNO

- SEGURIDAD: Del sector
- ECONOMICA : capacidad de compra
- LEGAL : legalización del negocio
- OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

### ANALISIS INTERNO

- Clientes :Los clientes estratos 1,2 que están en el área
- Proveedores : Como es el trato con sus proveedores
- Agente reguladores: IVA, retención en la fuente
- Debilidades Fortalezas

<div> <div>MATRIZ DOFA</div> <div>Miscelánea Jairo</div> </div>		ANALISIS EXTERNO	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		<ol style="list-style-type: none"> <li>Puede ofrecer otros servicios en la zona que no hay en la actualidad.</li> <li>Puede impulsar otros productos</li> <li>Puede acceder a dinero del estado por subsidio</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Inseguridad del barrio.</li> <li>Bajos recursos por el sector</li> <li>Alta competencia que existe en el sector</li> <li>Alto endeudamiento.</li> </ol>
ANALISIS INTERNO	FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Buen servicio al cliente.</li> <li>Productos de buena calidad.</li> <li>Experiencia</li> <li>Las ganas de salir adelante</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer cursos de tecnología</li> <li>Manejar mejor sus finanzas</li> <li>Ir pagando mes a mes sus deudas sin acudir a mas</li> <li>Acceder al dinero del estado para fortalecer el negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar estrategias de mercadeo para atraer clientes y conservar los actuales.</li> <li>Ofrecer más variedad de servicios para todo tipo de publico</li> </ul>
	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
	<ol style="list-style-type: none"> <li>No hay un sistema contable dentro del negocio.</li> <li>Le hace falta hacer publicidad.</li> <li>Falta de tiempo para el negocio</li> <li>No está registrado en cámara de comercio</li> <li>Falta de surtido</li> <li>El manejo que le dan sus niñas añ negocio.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Con base a lo aprendido en la fundación organizar el sistema contable.</li> <li>Aumentar la publicidad en el sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la exhibición de los productos</li> <li>Aumentar la compra de otros productos que puedan satisfacer las necesidades del mercado.</li> </ul>



## **AREA DE MERCADEO**

### **1. Reseña del Producto**

La miscelánea “Don Jairo” ofrece a sus clientes productos de belleza como esmaltes, papelería ofrece el servicio de tienda y venta de minutos a celular. Con el objetivo de satisfacer a los clientes el ofrece un buen servicio al cliente a través de sus niñas y de el mismo.

### **2. Diagnostico actual del mercado**

La miscelánea Don Jairo abre sus puertas todos los días de 7am a 9pm con un promedio en ventas mensuales de 2.500.000 ofreciendo a sus clientes la venta de minutos

Las personas que visitan la miscelánea son personas del sector de campo alegre la mayoría de estos se dedican al transporte urbano, mujeres amas de casa que compran sus productos de belleza en la miscelánea don Jairo otro publico que se atiende son los niños(a) que van a diario a consumir dulces y a jugar con la maquina traga monedas, el problemas que se presenta en la miscelánea de don Jairo es el poco surtido que tiene de tienda debido al poco capital que este tiene El local de miscelánea Don Jairo se encuentra ubicado en la segunda entrada de campo alegre su competencia vende sus mismos productos y con mucha más variedad que el. Su política de venta es al contado.

#### **2.1 Segmento del mercado**

Beneficios de los productos y servicios de la distribuidora hora cero

- Buen servicio al cliente
- Productos de buena calidad
- Ofrecer productos a un excelente precio

#### **Mercado o categoría:**

- Dirigido a niños, hombres y mujeres de todas las edades.

#### **Criterio de segmentación:**

##### **Rentabilidad:**

La empresa busca mayores utilidades para la misma y beneficios para sus clientes.

#### **Variables de segmentación:**

##### **Geográfica:**

Niños, mujeres y hombres ubicados en el corregimiento de campo alegre – Cali.

##### **Demográfica:**

Niños, hombres y mujeres de todas las edades, de estratos entre 1, 2 y 3.

## 2.2 Empresas competidoras:

Empresa	Producto	Canal de distribución
Miscelánea lucero	Mucho surtido y gran variedad de productos	Vendedor - Consumidor
Granero campo alegre	Variedad en el surtido y venta de minutos a mas bajo precio	Vendedor - Consumidor

Respecto a la competencia que tiene don Jairo está en desventaja debido a que ellos tienen mejor surtido de productos y gran variedad, otro inconveniente que se está generando es el poco capital que se tiene para reinvertir en el negocio debido a que el empresario posee un alto endeudamiento con personas naturales las cuales prestan a muy alto interés

## 3. Objetivo del plan de mercadeo

Para el segundo semestre del año 2010 se espera que las ventas mensuales aumenten como mínimo en un 10%. En productos de miscelánea.

## 4. Estrategias de mercadeo y plan de acción

- Se colocara el letrero para tener una mayor recordación del público.
- Se buscara una línea de productos con la cual el pueda satisfacer a los clientes y pueda aumentar sus ventas.
- Se harán promociones con los productos existentes y se buscara la forma de atraer clientes a través

Estrategias de producto	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tener productos diferentes a los de la competencia</li><li>• Buscamos que el seño</li></ul>

<b>Estrategias de precio</b>	<b>Dar descuento en compras al contado.</b>
<b>Estrategias de canales de distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar las ventas directas, mediante promociones</li> <li>• Surtir mucho más el negocio.</li> </ul>
<b>Estrategias de comunicaciones</b>	<p><b>Realizar jornadas de penetración el mercado:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar promociones.</li> <li>• Repartir volantes con los productos nuevos o servicio.</li> <li>• Colocar un colgante con los productos que se van a vender para anunciarlos.</li> </ul>



## ENCUESTA PLAN DE NEGOCIOS

NOMBRE		Actividad		DIRECCIÓN		TEL:	
Mujer		Ama de casa		Comerciante			
Hombre		Estudiante					
		Transportador					

Marque con una X según sea su respuesta

1. ¿Con que frecuencia visita usted la miscelánea del señor Jairo?

\_\_\_ 5 o más veces a la semana

\_\_\_ 2 a 4 veces a la semana

\_\_\_ 1 vez

\_\_\_ Ninguna vez

2. ¿Qué nombre le sugiere usted al señor Jairo para la miscelánea?

---

3. ¿Recomienda usted a otras personas la miscelánea del señor Jairo?

\_\_\_ Si

\_\_\_ Probablemente

\_\_\_ No estoy seguro

\_\_\_ Probablemente no

\_\_\_ No

4. ¿Cuál es el grado de satisfacción general de los productos que ofrece el señor Jairo?

\_\_\_ Completamente satisfecho

\_\_\_ Satisfecho

\_\_\_ Insatisfecho

\_\_\_ Completamente insatisfecho

5. ¿Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de comprar en miscelánea del señor Jairo?

Calidad\_\_\_ Muy importante \_\_\_Importante \_\_\_No demasiado importante \_\_\_nada importante

Precio\_\_\_ Muy importante \_\_\_Importante \_\_\_No demasiado importante \_\_\_nada importante

Servicio al cliente

\_\_\_ Muy importante \_\_\_Importante \_\_\_No demasiado importante \_\_\_nada importante

Variedad de productos

\_\_\_ Muy importante \_\_\_Importante \_\_\_No demasiado importante \_\_\_nada importante

La distribuidora

6. ¿En qué otra miscelánea o supermercado de la zona de campo alegre compra sus productos?\_\_\_\_\_

7. ¿cómo le parece el servicio que le ofrece la miscelánea del señor Jairo?

\_\_\_ Muy satisfecho

\_\_\_ Un poco satisfecho

\_\_\_ Indiferente

\_\_\_ Un poco satisfecho

\_\_\_ Muy insatisfecho

8. ¿Qué otros productos le gustaría encontrar en la miscelánea del señor Jairo?

\_\_\_\_\_

INFORMACION GENERAL DEL NEGOCIO

RECONOCIMIENTO DE LA EMPRESA

LISTADO DE MATERIALES PARA HACER LOS PRODUCTOS

COSTOS VARIABLES DE LOS PRODUCTOS

MARGEN DE CONTRIBUCION DE LA EMPRESA

LOS COSTOS FIJOS Y GASTOS DE ADMINISTRACION

Inv. Inicial Materia Prima

Inv. Final Materia Prima

INV. INICIAL DE MERCANCIA

INV. FINAL DE MERCANCIA

\$ 1.760.461

\$ 1.617.017

LOS INVENTARIOS

INFORMACION CONTABLE DE LA EMPRESA

INFORMACION DE MERCADEO

INFORMACION ADMINISTRATIVA Y PRODUCCION

INFORMACION ESCENARIO

PLAN DE ACCION CONSOLIDADO

INFORMACION FINANCIERA DEL CREDITO

INFORMACION CUALITATIVA DEL PROYECTO

HOJAS DISPONIBLES PARA MAS INFORMACION DE LA ASESORIA



HERRAMIENTA DE ACOMPAÑAMIENTO EN FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL



*Fundación Carvajal*  
Abriéndole caminos a la equidad

Camilo Ernesto Trujillo Vega



# Miscelánea Lucero

Propietaria:

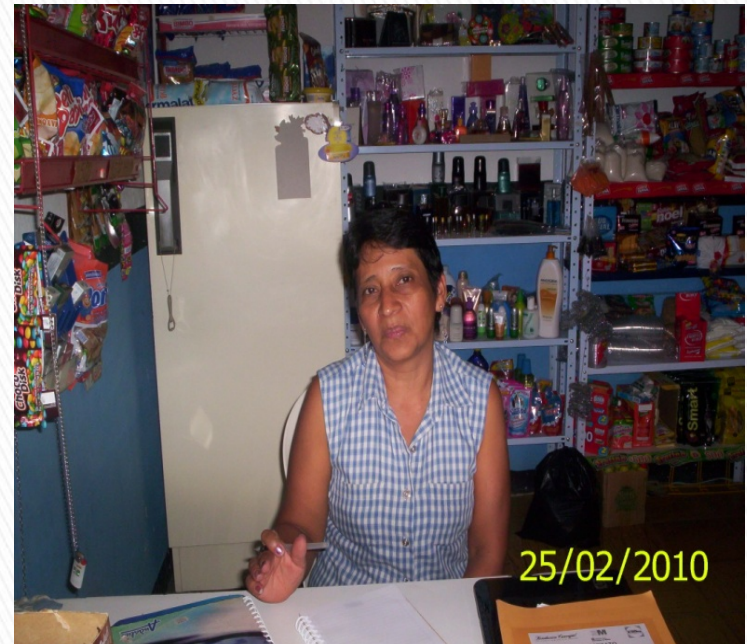
Luz Del Socorro Motato

Sector : Comercio

Antigüedad del negocio : 6

Años De funcionamiento

Corregimiento de campo  
alegre segunda entrada



## Lucero

# Área Administrativa

## PROBLEMAS DETECTADOS

- ▶ MISIÓN Y VISIÓN
- ▶ ORGANIGRAMA

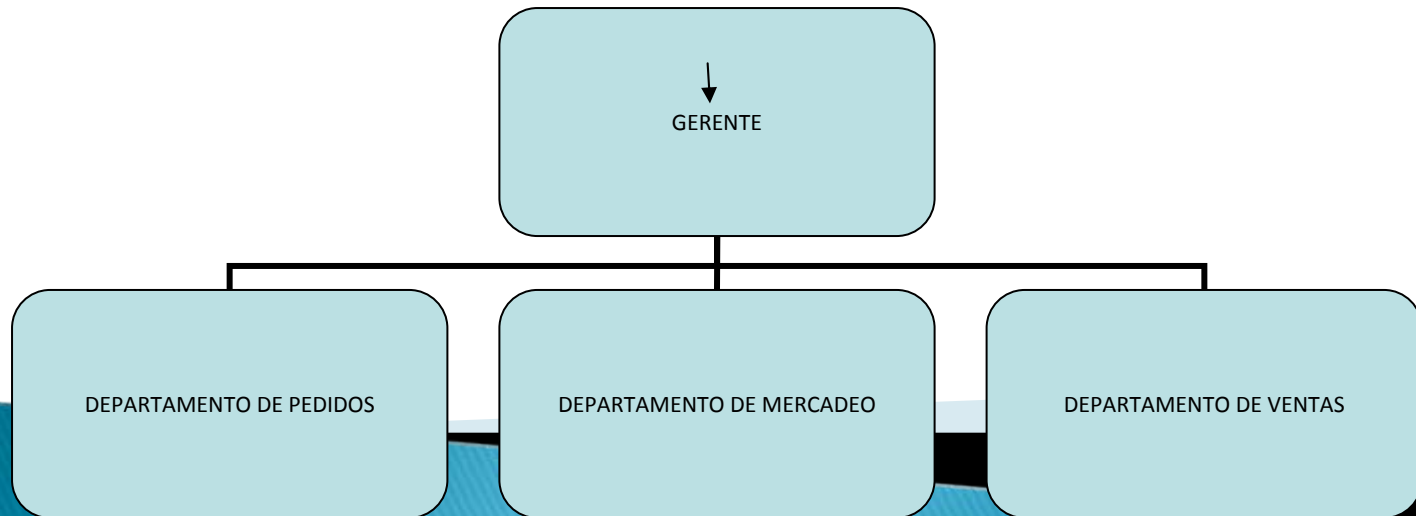
## ACCIONES REALIZADAS

- ▶ ORGANIGRAMA
- ▶ MISIÓN Y VISIÓN

# Misión y Visión

- Misión: ofrecer lo que las personas necesitan en productos de miscelánea para el corregimiento de campo alegre dándoles siempre un buen servicio al cliente y precios bajos .
- Visión: ser la miscelánea del sector de campo alegre donde todas las personas encuentren todo tipo de productos para que puedan satisfacer sus necesidades.

# ORGANIGRAMA





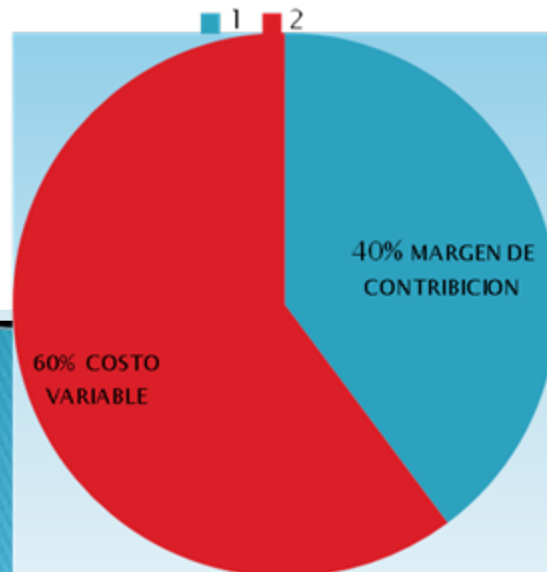
# COSTOS

## DIAGNOSTICO

- ▶ La empresaria presenta claridad conceptual del contenido del área de costos, la empresaria realizó un análisis de costos en el curso de fortalecimiento en el negocio, pero no esta llevando sus costos y gastos ordenadamente.
- ▶ Análisis de costos

# Margen de contribución costo variable comercio

MARGEN DE CONTRIBUCION COMERCIO 2

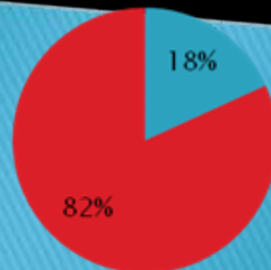


# MARGEN DE CONTRIBUCION DE TIENDA

## MARGEN DE COMERCIO TIENDA

### MARGEN DE TIENDA

■ MARGEN DE CONTRIBUCION ■ COSTO VARIABLE



# Punto de equilibrio

- ▶ Las ventas se aumentaron en \$ 258.266
- ▶ En porcentaje 7%

PUNTO DE EQUILIBRIO CON DEUDA

\$ 3.406.362

		ESTUDIO
	%	COSTOS
<b>VENTAS PROMEDIO MES</b>	100%	\$ 3.428.571
<b>COSTOS VARIABLES</b>	80%	\$ 2.726.678
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIO</b>	20%	\$ 701.894
<b>COSTOS FIJOS Y GASTOS ( - )</b>	16%	\$ 547.347
<b>UTILIDAD</b>	5%	\$ 154.547
<b>ABONO A CAPITAL DEUDA</b>	97%	\$ 150.000
<b>SALDO PARA REINVERTIR</b>	3%	\$ 4.547



# ANALISIS DEL ÁREA CONTABLE


## PROBLEMAS DETECTADOS

Aún en el negocio no se ha realizado balance general, ni estado de ganancias o pérdidas.

## ACCIONES REALIZADAS

Estados Financieros

# Plan de acción

- ▶ Incrementar la venta de productos de miscelánea.
  - ▶ Hacer un análisis de los productos para la toma de decisiones.
  - ▶ Que la empresaria no compre tanta variedad de productos semejantes a los que tiene porque deja de comprar lo que necesita.
  - ▶ Bajar la inversión en productos de miscelánea, exactamente en lociones y mas bien buscar otros productos que satisfagan al cliente.
  - ▶ Mejorar la ubicación de productos.
  - ▶ Mejorar la rotación de inventario de mercancía para dama.
- 

# Balance General

<b>ACTIVOS</b>	<b>BALANCE INICIAL</b>	<b>BALANCE FINAL</b>	<b>CAMBIOS</b>
CAJA	\$ 110.100	\$ 50.000	-54,6%
BANCOS		\$ 300.000	
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 277.250	\$ 157.900	-43,0%
INVENTARIOS	\$ 3.283.535	\$ 2.832.133	-13,7%
OTROS			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 3.670.885	\$ 3.340.033	-9,0%
MAQUINARIA Y EQUIPO			
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.684.000	\$ 2.684.000	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 750.000	\$ 750.000	
VEHICULOS			
CONSTRUCCIONES			
TERRENOS			
DEPRECIACIONES			
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 3.434.000	\$ 3.434.000	
OTROS ACTIVOS			
TOTAL ACTIVOS	\$ 7.104.885	\$ 6.774.033	-4,7%
<b>PASIVOS</b>	<b>BALANCE INICIAL</b>	<b>BALANCE FINAL</b>	<b>CAMBIOS</b>
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 543.666		
PROVEEDORES			
ANTICIPOS RECIBIDOS			
OTRAS OBLIGACIONES			
PRESTACIONES SOCIALES			
OTRAS DEUDAS			
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 543.666		
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO			
TOTAL PASIVOS	\$ 543.666		
CAPITAL	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 3.061.219	\$ 3.061.219	
UTILIDAD DEL PERIODO		\$ 212.814	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 6.561.219	\$ 6.774.033	3,2%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 7.104.885	\$ 6.774.033	-4,7%

# Analisis financiero

Razón de endeudamiento	11.2%	El grado de endeudamiento que tiene el negocio es de 11.2%.
Razón de autonomía	92.2	Es el grado de propiedad que corresponde al dueño del negocio es 92.2
Rotación de mercancías	0,4	Es el tiempo que se tarda en vender las mercancías desde el momento en que las compra.
Rentabilidad sobre ventas	5,77%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a las ventas que se realizaron. Me muestra lo que queda después de haber descontado todo lo que asume en el proceso de comercializar el producto expresado en porcentaje.
Rentabilidad sobre Activos	3,14%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión en activos que posee el negocio. Me muestra que tanto rendimiento tienen los recursos que posee la empresa. Entre más alta mejor.
Rentabilidad sobre patrimonio	3,14%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión que se tiene por parte del empresario. Me muestra que tan rentable es tener invertido el dinero del empresario en el negocio. Entre más alto mejor.
Liquidez corriente	6.66	La liquidez corriente que posee a empresaria es de 6,66 nos indica que tiene dinero suficiente para cubrir sus pasivos a corto plazo, pero se tiene en cuenta los inventarios.
Rotación de cuentas por cobrar	9	El tiempo que se tarda la rotación de cuentas por cobrar
Rotación de mercancías	34	El tiempo que se tarda en rotar la mercancía es de 34



# PRECIO

Los precios son fijados por sugerencia del proveedor y al evaluar los precios de la competencia; sin embargo, la calidad es el factor clave de compra de los clientes.

# PROMOCIÓN

- ▶ Para dar a conocer su producto, tomar pedidos y aumentar así el número de clientes, maneja la estrategia de separados, que es dar a conocer el producto, tomar el pedido y posteriormente entregarlo después del pago total, la estrategia de hacer combos de productos para de esta forma dar al cliente bien presentados.



# PLAN DE MEJORAMIENTO

- ▶ Hacer promociones en los productos de cacharro tales como: lociones, ropa y productos de belleza
- ▶ Se deben buscar diferenciadores, en la parte de promoción y publicidad (volantes y rifas)
- ▶ Realizar investigación de mercados, para estudiar las tendencias del mercado.
- ▶ Traer nuevos productos.
- ▶ Mejorar la exhibición de los productos.



# Avances del plan de mejoramiento



Antes



Después



# Avances del Plan de mejoramiento.



Antes



Después

# Tareas a seguir

## TAREAS A SEGUIR

### AREA ADMINISTRATIVA:

- Seguir el cronograma de funciones planteado
- Ser controlada para las compras solo lo que necesita
- Cada 6 meses ir aumentando la meta de ventas semanales que se estableció.
- Debe tener un presupuesto mensual de compras

### AREA DE COSTOS:

- Comprar al por mayor.
- Buscar productos de buen margen

### AREA DE MERCADEO

- Seguir haciendo publicidad.
- Estar pendiente de las fechas especiales para hacer publicidad.

### AREA LEGAL

Seguir pagando la cámara de comercio.

### AREA FINANCIERA

- Continuar el sistema contable.
- Seguir cumpliendo con los pagos a sus deudas.
- Aumentar la rentabilidad de los productos de cacharro
- Apertura una cuenta de ahorro para ir capitalizando dinero.

### Producción

Seguir con el plan de compras de mercancía que se tiene y comprar lo necesario

## Área administrativa

- Misión: ofrecer lo que las personas necesitan en productos de cacharro para el corregimiento de campo alegre dándoles siempre un buen servicio al cliente y precios bajos .
- Visión: ser la miscelánea del sector de campo alegre donde todas las personas encuentren todo tipo de productos para que puedan satisfacer sus necesidades.

## Objetivos

- A CORTO: mejorar la exhibición de los productos y del local.
- MEDIANO impulsar los productos de cacharro para mejorar su rentabilidad
- LARGO surtir con otro tipo de productos para que las personas encuentren todo en la miscelánea lucero.

## ANALISIS DEL ENTORNO

- SEGURIDAD: Del sector
- ECONOMICA : capacidad de compra
- LEGAL : legalización del negocio
- OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

## ANALISIS INTERNO

- Clientes :Los clientes estratos 1,2 que están en el área
- Proveedores : Como es el trato con sus proveedores
- Agente reguladores: IVA, retención en la fuente
- Debilidades Fortalezas

## Matriz DOFA

<b>MATRIZ DOFA</b>  <b>MISCELANIA LUCERO</b>		<b>ANALISIS EXTERNO</b>	
		<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
		1. Puede ofrecermás productos de cacharro en campo alegre. 2. Puede impulsar la línea de productos de belleza.	1. Inseguridad del barrio. 2. Bajos recursos por el sector 3. Alta competencia que existe en el sector
<b>ANALISIS INTERNO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIASFO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
	1. Buen servicio al cliente. 2. Productos de buena calidad. 3. Experiencia 4. El negocio está legalizado 5. Tiene buen surtido 6. Posee buen capital de trabajo 7. El negocio tienename propio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un directorio de clientes y realizar visitas para ofrecer su producto.</li> <li>Mantener los buenos productos y el buen precio que se ofrece en el sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar estrategias de mercadeo para atraer clientes y conservar los actuales.</li> <li>Ofrecer más variedad de productos para todo tipo de público</li> </ul>
	<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
	1. No hay un sistema contable dentro del negocio. 2. Le hace falta hacer publicidad 3. Lo compulsiva para las compras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Con base a lo aprendido en la fundación organizar el sistema contable.</li> <li>Aumentar la publicidad en el sector.</li> <li>Aprender a comprar moderadamente los productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la exhibición de los productos</li> <li>Aumentar la compra de otros productos que puedan satisfacer las necesidades del mercado.</li> </ul>

## Tareas a seguir

## TAREAS A SEGUIR

<b>AREA ADMINISTRATIVA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir el cronograma de funciones planteado</li> <li>• Ser controlada para las compras solo lo que necesita</li> <li>• Cada 6 meses ir aumentando la meta de ventas semanales que se estableció.</li> <li>• Debe tener un presupuesto mensual de compras</li> </ul>	<b>AREA DE MERCADEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir haciendo publicidad.</li> <li>• Estar pendiente de las fechas especiales para hacer publicidad.</li> </ul>	<b>AREA FINANCIERA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar el sistema contable.</li> <li>• Seguir cumpliendo con los pagos a sus deudas.</li> <li>• Aumentar la rentabilidad de los productos de cacharro</li> <li>• Apertura una cuenta de ahorro para ir capitalizando dinero.</li> </ul>
<b>AREA DE COSTOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprar al por mayor.</li> <li>• Buscar productos de buen margen</li> </ul>	<b>AREA LEGAL</b> Seguir pagando la cámara de comercio.	<b>Producción</b> Seguir con el plan de compras de mercancía que se tiene y comprar lo necesario

## AREA DE MERCAD

### 1. Reseña del Producto

La miscelánea “Lucero” ofrece a sus clientes lociones y ropa nueva, productos de belleza y ofrece el servicio de tienda a un buen precio y a la moda. Con el objetivo de satisfacer los gustos y requerimientos de cada uno de sus clientes.



## **2. Diagnostico actual del mercado**

La miscelánea lucero abre sus puertas todos los días de 7am a 9pm con un promedio en ventas mensuales de 3.000.000.

Las personas que visitan la miscelánea son personas del sector de campo alegre la mayoría de estos se dedican al transporte urbano, mujeres amas de casa que compran sus productos de belleza en la miscelánea lucero; otro publico que se atiende son los niños(a) que van a diario a consumir mecato, además se atiende al público joven con productos de tarjetería de amor y detalles para sus parejas teniendo en cuenta que es el único lugar de la zona que tiene gran variedad de elementos; sus productos se caracterizan por estar siempre a la moda y de ser de una excelente calidad.

El local de miscelánea lucero se encuentra ubicado en la segunda entrada de campo alegre su competencia no vende los mismos productos que ella tiene. Su política de venta es a contado.

### **2.1 Segmento del mercado**

#### **Beneficios de los productos y servicios de la distribuidora hora cero**

- Buen servicio al cliente
- Variedad de productos
- Excelente calidad
- Ofrecer productos a un excelente precio

**Mercado o categoría:**

- Dirigido a niños, hombres y mujeres de todas las edades.

### **Criterio de segmentación:**

Rentabilidad: la empresa busca mayores utilidades para la misma y beneficios para sus clientes.

### **Variables de segmentación:**

**Geográfica:** Niños, mujeres y hombres ubicados en el corregimiento de campo alegre – Cali.

**Demográfica:** Niños, hombres y mujeres de todas las edades, de estratos entre 1, 2 y 3.

### **2.2 Empresas competidoras:**

<b>Empresa</b>	<b>Producto</b>	<b>Canal de distribución</b>
Miscelánea del señor Jairo	Poco surtido en productos de tienda.	Vendedor –Consumidor
Granero campo alegre	Variedad en el surtido.	Vendedor – Consumidor

La miscelánea lucero se caracteriza por ofrecer un buen servicio al cliente y por tener variedad de productos de belleza que son a la moda, su organización y limpieza del negocio la diferencia de su competencia y por poseer gran surtido para regalos para toda ocasión.

### **3. Objetivo del plan de mercadeo**

Para el segundo semestre del año 2010 se espera que las ventas mensuales aumenten como mínimo en un 20%. En productos de miscelánea tales como: lociones, ropa, productos de belleza.

### **4. Estrategias de mercadeo y plan de acción**

Gran promoción en el mes de la madre.

Ven a la miscelánea lucero. Y has tu separado

Cómprale el regalo a mamá.

En el mes de la madre por compras superiores a \$ 5000 pesos participa en la rifa de una sensacional loción para dama... ¡no te la pierdas!

Promociones hasta del 20%

<b>Estrategias de producto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hacer separados por 2 meses y anunciarlo</li><li>• Traer productos para niños.</li></ul>
<b>Estrategias de precio</b>	Dar descuento en compras al contado.
<b>Estrategias de canales de distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incentivar las ventas directas, mediante promociones</li><li>• Surtir mucho más el negocio.</li></ul>
<b>Estrategias de comunicaciones</b>	Realizar jornadas de penetración el mercado: <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar promociones.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Repartir volantes con los productos de belleza</li></ul>
--	--





*Fundación Carvajal*  
Abriéndole caminos a la equidad

Camilo Ernesto Trujillo Vega  
Corregimiento de Montebello Cali  
Presentación de las empresa hora  
cero

# Distribuidora Hora Cero

Propietaria:

Mónica Satizabal

Sector : Comercio

Antigüedad del negocio

: 1 Año De

funcionamiento

Corregimiento De

Montebello: CALLE 7

OESTE 43B 05

Mónica



# Área Administrativa

## PROBLEMAS DETECTADOS

- ▶ MISIÓN Y VISIÓN
- ▶ ORGANIGRAMA

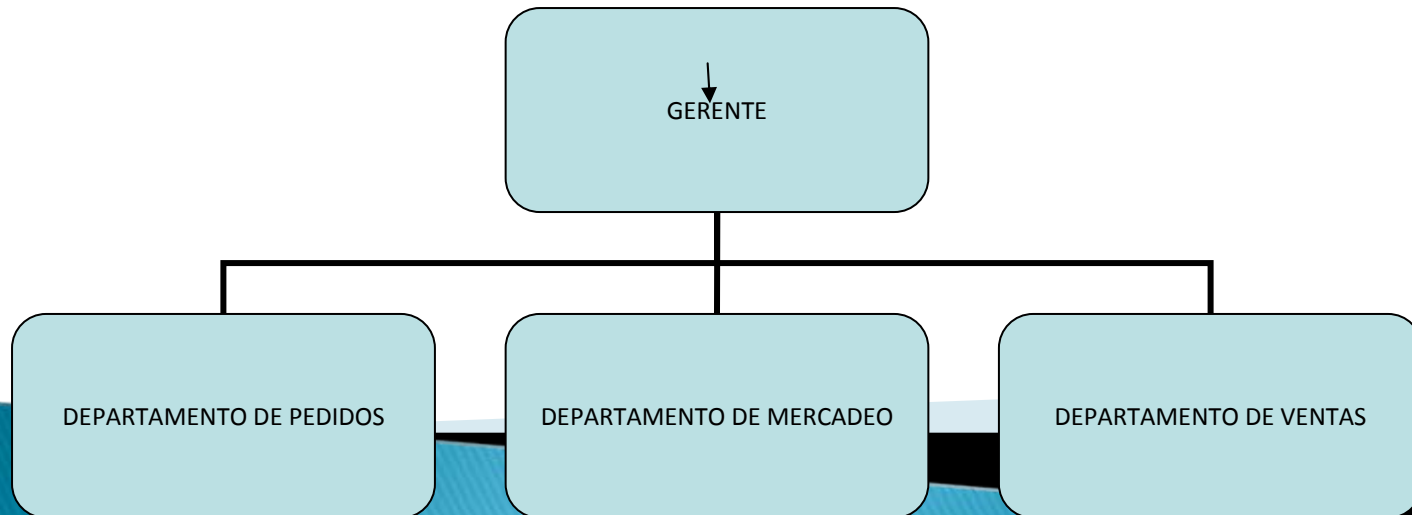
## ACCIONES REALIZADAS

- ▶ ORGANIGRAMA
- ▶ MISIÓN Y VISIÓN

# Misión y Visión

- **Misión:** ser reconocida en el corregimiento de Montebello por vender productos cárnicos y congelados a un precio bajo y de muy buena calidad, ofreciéndoles a sus clientes un excelente servicio al cliente.
- **Visión:** ser para 2012 la distribuidora de cárnicos para el corregimiento de Montebello y sus alrededores ofreciendo productos de buena calidad y un excelente servicio al cliente

# ORGANIGRAMA





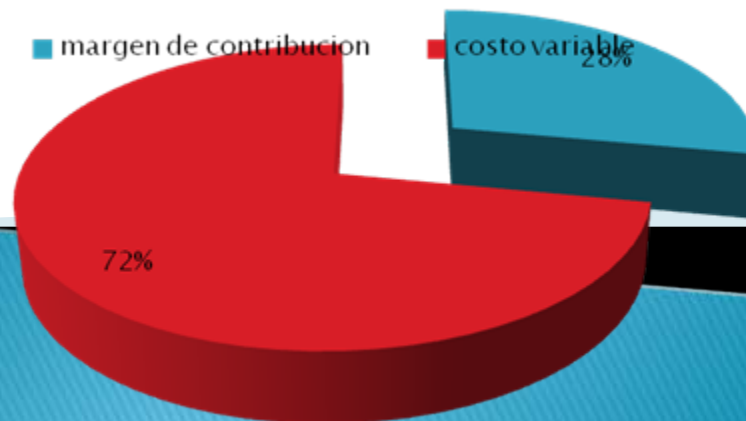
# COSTOS

## DIAGNOSTICO

- La empresaria presenta claridad conceptual del contenido del área de costos, la empresaria realizó un análisis de costos en el curso de fortalecimiento en el negocio, pero no está llevando sus costos y gastos ordenadamente.
- Análisis de costos

# Margen de contribución costo variable comercio Desechables

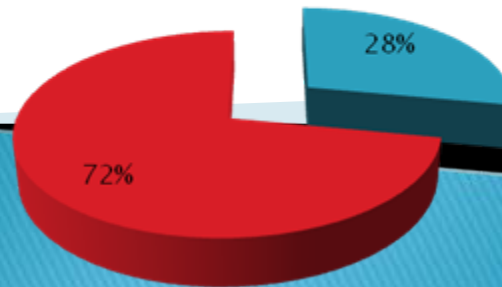
Margen De contribución Desechables



# MARGEN DE CONTRIBUCION CARNICOS

## Margen De contribución Carnicos

■ margen de contribucion ■ costo variable



# Punto de equilibrio

## PUNTO DE EQUILIBRIO CON ABONO A DEUDA MENSUAL

ABONO A CAPITAL DE DEUDAS DEL  
MES

\$ 91.500

PUNTO DE EQUILIBRIO CON DEUDA

\$ 3.092.693

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	\$ 3.587.143
COSTOS VARIABLES ( - )	72%	\$ 2.592.233
MARGEN DE CONTRIBUCION ( = )	28%	\$ 994.910
COSTOS FIJOS Y GASTOS ( - )	21%	\$ 766.272
UTILIDAD	6%	\$ 228.638
ABONO A CAPITAL DEUDAS	40%	\$ 91.500
SALDO PARA REINVERTIR	60%	\$ 137.138

# ANALISIS DEL ÁREA CONTABLE

## PROBLEMAS DETECTADOS


Aún en el negocio no se ha realizado balance general, ni estado de ganancias o pérdidas.

## ACCIONES REALIZADAS

Estados Financieros



# Plan de acción

- Incrementar la venta de productos desechables.
  - Hacer un análisis de los productos para la toma de decisiones.
  - Mejorar las instalaciones eléctricas.
  - ▶ Mejorar la ubicación de productos.
  - ▶ Buscar nuevos proveedores de cárnicos.
  - ▶ Gastos administrativos se analiza la contratación de la empleada.
- 

# Balance General

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
CAJA	\$ 334.650	\$ 772.000	130,7%
BANCOS	\$ 300.000	\$ 1.500.000	400,0%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 100.000	\$ 84.500	-15,5%
INVENTARIOS	\$ 635.182	\$ 793.839	25,0%
OTROS			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 1.369.832	\$ 3.150.339	130,0%
MAQUINARIA Y EQUIPO			
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.594.000	\$ 2.594.000	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 530.000	\$ 530.000	
VEHICULOS			
CONSTRUCCIONES			
TERRENOS			
DEPRECIACIONES			
TOTAL ACTIVO FUO	\$ 3.124.000	\$ 3.124.000	
OTROS ACTIVOS			
TOTAL ACTIVOS	\$ 4.493.832	\$ 6.274.339	39,6%
PASIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 384.000	\$ 128.000	-66,7%
PROVEEDORES	\$ 100.000	\$ 55.000	-45,0%
ANTICIPOS RECIBIDOS			
OTRAS OBLIGACIONES			
PRESTACIONES SOCIALES			
OTRAS DEUDAS			
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 484.000	\$ 183.000	-62,2%
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO			
TOTAL PASIVOS	\$ 484.000	\$ 183.000	-62,2%
CAPITAL	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 1.209.832	\$ 1.209.832	
UTILIDAD DEL PERIODO		\$ 2.081.507	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 4.009.832	\$ 6.091.339	51,9%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 4.493.832	\$ 6.274.339	39,6%

# Analisis financiero

Razón de endeudamiento	2.9%	Es la razón que muestra el grado de endeudamiento que tiene el negocio 58.3%
Razón de autonomía	97.1%	Es el grado de propiedad que corresponde al dueño del negocio expresado en porcentaje es 97.1
Rotación de mercancía	semanal	Es el tiempo que se tarda en vender las mercancías desde el momento en que las compra es semanal
Rentabilidad sobre ventas	45.5%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a las ventas que se realizaron. Me muestra lo que queda después de haber descontado todo lo que asume en el proceso de comercializar el producto expresado en porcentaje 45.5
Rentabilidad sobre Activos	33.2%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión en activos que posee el negocio. El rendimiento que tienen los recursos que posee la empresa es del 33.2
Rentabilidad sobre patrimonio	34.2%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión que se tiene por parte del empresario. Me muestra que tan rentable es tener invertido el dinero del empresario en el negocio. Entre más alto mejor.

# PRECIO

Los precios son fijados por sugerencia de los proveedores y la señora Mónica.

# PROMOCIÓN

- ▶ Hora feliz donde se da la oportunidad de colocar el producto de menor rotación a cualquier hora y día de la semana
- ▶ Se darán volantes con los productos de la distribuidora para que todas las personas de Montebello conozcan los productos.



# PROYECTO DE INVERSIÓN MEJORA LOCATIVA

- Identificación de la inversión. El proyecto de inversión se realizará para mejorar el aspecto del negocio, ubicación de estanterías y arreglo de instalaciones eléctricas.



# Mejoramiento de instalaciones electricas





# Mejoramiento aspecto del negocio





# Exhibición

## ► Antes



Después

## **1. AREA DE MERCADEO**

Distribuidora hora cero ofrece un servicio de venta de productos cárnicos, congelados y productos desechables a todas las personas que viven en el sector de Montebello.

Se caracteriza por tener productos frescos y de buena calidad sumándole al negocio el buen servicio que ofrece su propietaria la señora Mónica Satizabal.

### **1. Diagnostico actual del mercado**

El servicio que ofrece la distribuidora cero es su mejor herramienta de mercado que tiene la señora Mónica.

Al iniciar la asesoría se detecto que la señora Mónica no conoce sus meses de ventas altas, se observa que el negocio no posee el nombre a la visita de los clientes, no se hace ningún tipo de promoción alguna y no tiene un buen mostrador de los productos lo que hace que no se conozca lo suficiente de los productos que vende.

No se tiene ninguna estrategia para atraer nuevos clientes y no posee ni listado de clientes y tampoco se les ofrece descuento en los productos cuando se compran al por mayor.

#### **1.1 Segmento del mercado**

##### **Beneficios de los productos y servicios de la distribuidora hora cero**

- Buen servicio al cliente
- Productos frescos



- Variedad en cárnicos
- Ofrecer productos a un excelente precio

**Mercado o categoría:**

Dirigido principalmente a hombres y mujeres con edades entre 18 y 70 años, que buscan productos de excelente calidad y siempre frescos. También a todo tipo de familias del sector de Montebello.

**Criterio de segmentación:**

**Rentabilidad:** la empresa busca mayores utilidades para la misma y beneficios para sus clientes.

**Variables de segmentación:**

**Geográfica:** Mujeres, hombres y niños ubicados en la Ciudad de Cali, principalmente en el barrio el Montebello – Cali y el barrio de campo alegre - Cali.

**Demográfica:** Hombre, Mujeres con edades entre 18 y 70 años estratos 1, 2, 3.

**2.1 Empresas competidoras:**

Empresa	Producto	Precio	Canal de distribución
WYG	Especializada en productos básicos de de la canasta familiar y venta de pollos enteros	Precios más altos	Clientes finales.

--	--	--	--

<b>DISTRIBUIDORA HORA CERO</b>		<b>GRANERO W.F</b>	
<b>CALLE 7 OESTE</b> <b>43B 05</b>			
		<b>zona hora cero</b> <b>Montebello</b>	

--	--	--	--

## 1. Objetivo del plan de mercadeo

Para el año 2010 se espera que las ventas mensuales aumenten en un 5% en las 2 líneas de productos que se tiene

## 2. Estrategias de mercadeo y plan de acción

Gran Reinauguración De La Distribuidora  
Hora cero. No te la puedes PERDER  
tendremos muchos descuentos en nuestros  
productos y disfrutaremos de numerosas  
rifas PRÓXIMO SABADO  
8 DE MAYO

--

--

<b>Estrategias de producto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se buscaran más productos que cumplan con la exigencia del cliente.</li><li>• Ofrecer nuevos servicios</li></ul>
<b>Estrategias de precio</b>	Ofrecer promociones los días miércoles: <ul style="list-style-type: none"><li>• En viseras, corazones, bandejas de pollo y colocar un solo producto en promoción una vez a la semana.</li></ul>
<b>Estrategias de comunicaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se colocara el letrero en la parte de afuera.</li></ul> <p>Realizar jornadas de penetración el mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Repartir volantes ofreciendo las promociones</li><li>• Llamar a sus clientes a ofrecer el servicio.</li><li>• Se colocará un listado de productos</li></ul>
<b>Estrategias de canales de distribución</b>	En un momento determinado incluir un mensajero para la distribuidora hora cero para hacer domicilios en el sector de Montebello y Campo Alegre.

- Misión: ser reconocida en el corregimiento de Montebello por vender productos cárnicos y congelados a un precio bajo y de muy buena calidad, ofreciéndoles a sus clientes un excelente servicio al cliente.

Visión: ser para 2012 la distribuidora de cárnicos para el corregimiento de Montebello y sus alrededores ofreciendo productos de buena calidad y un excelente servicio al cliente.

### ANALISIS DEL ENTORNO

- Seguridad: Del sector
- Económica: ingreso económico de las personas que viven en el corregimiento.
- Legal: Conocimiento de normas y leyes.

### OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

### ANALISIS INTERNO

- Clientes: los clientes estratos 1,2 que están en el área
- Proveedores: personas que dan los suministros
- Gente: Personas que laboran
- Agente Reguladores: IVA, retención en la fuente
- Debilidades y Fortalezas

### Matriz DOFA



<b>MATRIZ DOFA</b>  <b>DISTRIBUIDORA HORA CERO</b>		ANALISIS EXTERNO	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		1. No tiene competencia en el sector 2. Puede ofrecer más productos en la zona de cárnicos. 3. Puede ser la distribuidora para otros negocios en el sector y sus alrededores.	1. La falta de proveedores en la zona 2. Inseguridad del barrio. 3. Bajos recursos por el sector
ANALISIS INTERNO	FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
	1. Buen servicio al cliente. 2. Productos de buena calidad. 3. Experiencia. 4. Conoce el mercado. 5. Cuenta con una buena maquinaria de trabajo. 6. El negocio está legalizado 7. La rotación que tiene los productos es buena	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un directorio de clientes y realizar visitas para ofrecer su producto.</li> <li>Mantener los buenos productos y el buen precio que se ofrece en el sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar estrategias de mercadeo para atraer clientes y conservar los actuales.</li> </ul>
	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
	1. No hay un sistema contable dentro del negocio. 2. Falta mejorar instalaciones. 3. El negocio le hace falta el nombre. 4. Le hace falta hacer publicidad. 5. El poco conocimiento que se tiene en el manejo de cárnicos por la empleada. 6. El desconocimiento que tiene la empresaria en contratación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Con base a lo aprendido en la fundación organizar el sistema contable.</li> <li>Aumentar la publicidad en el sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adquirir los permisos del Invima.</li> <li>.buscar más proveedores</li> <li>Mejorar la instalaciones del local</li> </ul>

## Tareas a seguir

TAREAS A SEGUIR			
<b>AREA ADMINISTRATIVA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Seguir el cronograma de funciones planteado</li> <li>Asignar un día a la semana para la compra de productos.</li> <li>Tener claro la re inversión en el negocio.</li> </ul>		<b>AREA DE MERCADEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Seguir haciendo publicidad y visitar clientes semanalmente.</li> <li>Continuar con la promoción cualquier día de la semana.</li> <li>Seguir actualizándose cada seis meses en el manejo de cárnicos.</li> </ul>	
<b>AREA DE COSTOS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comprar al por mayor.</li> <li>Buscar más proveedores para seguir mejorando los márgenes</li> </ul>		<b>AREA LEGAL</b> <p>Lograr los permisos necesarios para manejo de grandes cantidades, permisos de uso de suelo, cursos permanentes de manejo de alimentos, Invima</p>	
		<b>AREA FINANCIERA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Continuar el sistema contable.</li> <li>.mejorar sus inversiones a corto plazo.</li> <li></li> </ul>	